

La télévision tient son salon

ÉVÉNEMENT La 30^e édition du Mipcom débute à Cannes ce lundi

- ▶ Les producteurs, acheteurs et inventeurs de la télévision de demain se rencontrent du 13 au 16 octobre.
- ▶ L'occasion de découvrir ou de présenter les nouveautés.
- ▶ Les Belges se regroupent pour exister au milieu des 13.500 participants.

Des allées à perte de vue, des stands par centaines, à deux pas des plages ensoleillées de Cannes : le Mipcom (pour Marché international des contenus audiovisuels et des contenus numériques), « c'est un peu comme un salon de l'auto mais pour la télévision ». Du 13 au 16 octobre, les représentants des chaînes de télévision du monde entier viennent faire leur marché afin de dénicher les nouvelles fictions, les divertissements inédits et les technologies qu'ils ramèneront dans leur contrée (la RTBF, RTL et Be tv sont présents). Il existe des dizaines de salons du même type mais le rendez-vous français qui fête sa trentième édition cette année est parvenu à se rendre incontournable. « Les organisateurs ont su prendre en compte l'évolution du monde des médias. Ils ont intégré les nouveaux formats comme la télé-réalité quand elle est devenue prépondérante », confirme Alexandrine Duez, qui se rend à Cannes chaque année pour Be tv. Entre les visions de nouvelles séries et les nombreuses conférences, le pro-

gramme des participants est chargé (lire ci-contre).

Les Belges tentent de se faire une place

Parmi les 13.500 participants (plus de cent nationalités sont représentées), la Belgique francophone ne compte que deux stands. Le premier est celui de la Sonuma. Il représente la RTBF. Celui de Wallonie Bruxelles Images est situé juste à côté. Il permet aux petits producteurs wallons et bruxellois d'exister dans la masse. « Une vingtaine de sociétés défendent leurs intérêts sous notre ombrelle », explique le directeur de WBIImages, Éric Franssen. « Certaines viennent chez nous pour cause de budget car nous proposons un tarif préférentiel mais c'est surtout parce que l'effet de groupe permet d'avoir une plus-value par rapport aux contacts étrangers. »

Ce regroupement est une belle opportunité pour les francophones mais il démontre aussi le retard accumulé par rapport à la production du nord du pays où chacun possède son propre stand. « Effectivement, les sociétés flamandes en matière de télévision sont beaucoup plus développées. Nous sommes en retard même si une nouvelle dynamique est en cours », confirme Éric Franssen. Certaines petites sociétés commencent en effet à tirer leur épingle du jeu comme Sherbox à qui l'on doit 1.001 Belges. L'émission en est déjà à sa seconde saison sur les antennes de la RTBF et plusieurs diffuseurs étrangers se sont montrés très intéressés. Lors du dernier Mipcom, des Français, Finlandais et même des Asiatiques avaient pris des contacts

avec la boîte créée par de jeunes Bruxellois. Preuve qu'avec un peu d'aide, le talent parvient toujours à se faire remarquer. ■

MAXIME BIERMÉ

PROGRAMME

La conférence : Ted Sarandos

Parmi les dizaines de conférences organisées lors du Mipcom, celle avec Ted Sarandos, responsable des contenus de Netflix, sera particulièrement suivie. Il est à l'origine des séries *House of Cards* et *Orange is the New Black* qui ont fait la renommée internationale du géant américain.

La série : « The Book of Negroes »

Le Mipcom est un paradis pour les amateurs de séries. Parmi les plus attendues cette année, la mini-série *The Book of Negroes*. Elle raconte l'histoire d'Aminata, femme africaine enlevée par des marchands d'esclaves en Afrique de l'Ouest puis vendue aux États-Unis en pleine Révolution américaine. Avec Aunjanue Ellis, vue dans *La couleur des sentiments*.

Le concept : « Cuisine avec les stars »

Les émissions culinaires restent l'une des grandes tendances du marché. Les Israéliens de Keshet à qui l'on doit *Rising Star* présenteront *Help ! I Can't Cook (A l'aide ! Je ne sais pas cuisiner)*. Des célébrités effrayées par l'idée de cuisiner sont coachées par des chefs.

M.B.